

нужно учитывать карьерные стремления выпускников, проблемы и перспективы профессиональной реализации.

Литература

1. Управление персоналом: Учебник./ Под ред. Т.Ю.Базарова. - М.: ЮНИТИ, 2001.
2. Исследовательский центр рекрутингового портала Superjob.ru <http://www.superjob.ru/pro/5097/>
3. Международный кадровый портал HeadHunter . <http://hh.ua/article/14175>
4. [Центр занятости населения г.Уфы URL://http://www.ufa.bashzan.ru](http://www.ufa.bashzan.ru) (дата обращения: 18.10.13г)

Глотова Е.Д.,
г. Екатеринбург

ВЛИЯНИЕ ПРОГРАММЫ «INSTAGRAM» НА ЦЕННОСТИ МОЛОДЕЖИ

В современном обществе происходит постоянное развитие и усовершенствование информационных технологий и в связи с этим возрастает популярность социальных сетей. Количество пользователей соцсетей с каждым годом увеличивается: по данным ВЦИОМ [2, с.2] в 2012 г. 82% пользователей интернета имеет хотя бы один аккаунт в социальной сети против 53% в 2010, причем самой динамично растущей сетью является Twitter.

Следует отметить, что общение в социальных сетях - один из основных видов деятельности интернет – аудитории, поэтому данная тематика всегда привлекала к себе много внимания, оставаясь актуальной, и по сей день. Довольно часто акцент при изучении этой проблемы делался на том, что в

связи с активным использованием соцсетей люди перестают ценить и теряют навыки живого общения.

Между тем, актуализируются другие проблемы, связанные с использованием соцсетей. Так как их разнообразие растет, то естественно возникают и новые возможности. Например, в 2010 была запущена программа Инстаграм, которая активно используется среди молодежи. Пока по сравнению с другими странами Россия отстает по числу пользователей данной программы, но увеличение ее популярности очевидно.

Приложение Инстаграм создано с целью обмена фотографиями, которые можно распространять через свой сервис и ряд других социальных сетей. Также пользователь оставляет краткий комментарий к фотографии, который, как правило, состоит не из предложений, а отдельных слов, которые называются хэш-тэгами и облегчают поиск определенных кадров [1, с.3].

Данная программа не подразумевает никакого общения кроме комментариев к фотографиям и суть Инстаграма сводится к соревнованию, соперничеству между ее пользователями. Каждый участник хочет выложить более красивое фото, которое сможет привлечь внимание большого количества людей и собрать «кучу лайков».

В то же время люди забывают о том, что происходит за пределами кадра, который запечатлел картинку за долю секунды, они видят лишь прекрасную фотографию, с шикарными видами, счастливыми лицами, модными нарядами и внешние объективные характеристики уходят из поля зрения, так как все внимание нацелено на яркую картинку. В итоге вопреки своему желанию человек начинает проводить параллели со своей жизнью и в нем рождается чувство зависти, которое помимо внутреннего психологического дискомфорта человека оказывает влияние на взаимоотношения с людьми. Они начинают строиться не на основе доверия и понимания, а на чувстве зависти.

Помимо этого, из-за сети Инстаграм, на мой взгляд, происходит стереотипизация мышления. Пользователи приложения видят какие-либо явления или процессы в виде кадров, запущенных ранее в сеть. В будущем многообразие мнений, проявление воображения по тому или иному вопросу будет невозможным, поскольку в памяти подписчика остается готовая картинка с хэш-тегом.

В итоге приложение Инстаграм порождает множество неоднозначных социальных и социально-психологических проблем, изучением и решением которых может заниматься наука социология. Прикладные социологические методы позволят изучить специфику сети и пользователей Инстаграм. С помощью количественной стратегии, например онлайн опросов, можно получить информацию о социально-демографических характеристиках пользователей, об их мотивации, длительности использования программы Инстаграм. Благодаря качественной стратегии, например, глубинного интервью, возможно изучение их переживаний: *«Первая фотография, выложенная мной, сделана 126 дней назад. Полагаю, именно столько времени я и пользуюсь программой. Я очень люблю фотографировать и фотографиями, ясное дело, хочется делиться. Но есть и плохая черта. Есть люди, зависимые от соц. сети, и та уникальность фото, для которых предназначен Инстаграм - теряется. Они начинают постить все подряд, без разбору. И вместо творческих фото, вся лента забита чьей-то едой, ногами, руками.»* (Сергей, 21 год). Также допустимо применение принципов визуальной социологии для подробного анализа содержания фотографий.

Очевидно, что в последнее время Инстаграм занимает определенное место в жизни молодых людей и можно заметить, как меняется их представление о дружбе, на котором сказывается чувство зависти и желание казаться лучше. Самореализация человека, как одна из важных ценностей, основывается не на поступках и достижениях, а на впечатлении, которое производит фотография на сверстников. Таким образом, нужно отметить, что

изучение данной темы является актуальным, поскольку популярность программы среди молодежи растет и оказывает на нее сильное влияние, которое, на наш взгляд, приводит к подмене истинных ценностей ложными.

Литература

1. Все о программе Инстаграм. [Электронный ресурс], режим доступа: <http://instagram.ru/> (дата обращения: 13.02.14).
2. Социальные сети в России сегодня: цифры, тренды, прогнозы. [Электронный ресурс], режим доступа: <http://wciom.ru/research/> (дата обращения: 13.02.14).

Дорожинская Е.С.,
г. Екатеринбург

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБНОСТИ В РОССИЙСКОМ ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ У ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ

Современные процессы глобализации и ускоряющиеся темпы технического развития касаются не только коммерческих и деловых структур, но также образовательных систем. В настоящее время страны – участницы Болонского процесса видят одной из наиважнейших компонент развития высшего образования движение к сопоставимости национальных систем высшего образования для поддержки академической мобильности и совместных образовательных программ, которые, в свою очередь, являются важным инструментом для повышения качества образовательных программ и исследований. На всемирной конференции по вопросам высшего образования ЮНЕСКО 2009 было указано, что академическая мобильность и в том числе кросс-границное получение образовательных услуг являются